

市川市公式W e b サイト広告掲載基準

(基本の方針)

第1条 市川市公式W e b サイトに掲載する広告は、社会的に信用度の高い情報でなければならないため、広告内容とその表現は、それにふさわしい信用性と信頼性を有するものでなければならない。

(規制業種又は事業者)

第2条 次に掲げる業種又は事業者の広告は、掲載しない。

- (1) 風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律（昭和23年法律第122号）第2条第1項に規定する風俗営業に関するもの
- (2) 風俗営業類似のもの
- (3) 消費者金融に関するもの
- (4) たばこ製造に関するもの
- (5) ギャンブルに関するもの
- (6) 法律、条例その他の法令（以下「法令等」という。）に定めのない医療類似行為を行うもの
- (7) 占いと運勢判断に関するもの
- (8) 興信所、探偵事務所等に関するもの
- (9) 債権の取立て、示談引受け等に関するもの
- (10) 民事再生法（平成11年法律第225号）による再生手続中のもの又は会社更生法（平成14年法律第154号）による更生手続中のもの
- (11) 法令等に違反しているもの
- (12) 行政機関からの行政指導を受け、改善がなされていないもの
- (13) 暴力団（暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律（平成3年法律第77号）第2条第2号に規定する暴力団をいう。）及び暴力団員（同条第6号に規定する暴力団員をいう。）並びにこれらの者と関係を有しているもの
- (14) 前各号に掲げるもののほか、社会的な問題を起こしているもの

(掲載基準)

第3条 次に掲げるものは、広告媒体に掲載しない。

- (1) 次のいずれかに該当するもの
 - ア 公共の福祉に反するもの又はそのおそれのあるもの
 - イ 市の信用を失墜するもの又はそのおそれのあるもの
 - ウ 市の広告事業の円滑な運営に支障を生ずるおそれがあるもの
 - エ 公の選挙又は投票の事前運動に該当するもの
 - オ 人権侵害、差別及び名誉毀損のおそれがあるもの
 - カ 法令等で禁止されている商品、無認可商品、粗悪品等の不適切な商品又はサービスを提供するもの
 - キ 社会的に不適切なもの
 - ク 国内世論が大きく分かれているもの

- ケ 宗教団体による布教推進を主目的とするもの
 - コ 非科学的又は迷信に類するもので、利用者を惑わせたり、不安を与えるおそれのあるもの
 - サ 他を誹謗、中傷又は排斥をするもの
 - シ 個人の宣伝に関するもの
 - ス 人材募集に関する以下のもの
 - (ア) 労働基準法（昭和 22 年法律第 49 号）等関係法令を遵守していないもの
 - (イ) 人材募集に見せかけて、売春等の勧誘やあつ旋の疑いのあるもの
 - (ウ) 人材募集に見せかけて、商品・材料及び機材の売りつけや資金集めを目的としているもの
 - セ その他市長が不適切と判断したもの
- (2) 消費者被害の未然予防と拡大防止の観点から適切でないものとして、次のいずれかに該当するもの
- ア 誇大な表現（誇大広告）、根拠のない表示及び誤認を招くような表現
 - 例) 「世界一」、「一番安い」等
 - イ 射幸心を著しくあおる表現
 - 例) 「今が・これが最後のチャンス！（今購入しないと次はないという意味）」等
 - ウ 虚偽の内容を表示するもの
 - エ 法令等で認められていない業種、商法、商品等
 - オ 国家資格等を有しない者が行う療法等
 - カ 責任の所在が明確でないもの
- (3) 青少年保護と健全育成の観点から適切でないものとして、次のいずれかに該当するもの
- ア 暴力又は犯罪を肯定し、助長するような表現
 - イ 残酷な描写又は善良な風俗に反するような表現
 - ウ 暴力又はわいせつ性を連想又は想起をさせるもの
 - エ 水着姿、裸体姿等で広告内容に無関係で必然性のないもの
 - オ 青少年の人体、精神及び教育に有害なもの

(リンク先の Web サイトへの適用)

第 4 条 市川市公式 Web サイトに掲載する広告だけでなく、当該広告がリンクしている Web サイトの広告内容についても Web サイトの性質上可能な範囲で、かつ社会通念上合理的な範囲で、この基準を適用する。

(広告表示内容に関する個別の基準)

第 5 条 広告媒体に掲載することができる広告の具体的な表示内容等については、次に掲げる項目について、それぞれ次に定める事項に適合するものでなければならない。ただし、市長が広告媒体に掲載することについて支障がないと認めるものについては、この限りでない。

- (1) 語学教室等

安易さ、授業料と受講料の安価さを強調する表現は使用しないこと。

例)「1か月で確実にマスターできる」等

- (2) 学習塾、予備校等（専門学校を含む。）

合格率等の実績を載せる場合は、実績年も併せて表示すること。

- (3) 外国大学の日本校

当該大学は、学校教育法（昭和23年法律第26号）に定める大学でない旨を明確に表示すること。

- (4) 資格講座

ア 民間の講習業者が資格講座を設け、それがあたかも国家資格であり、各企業は、その資格者を置かなければならないという誤解を招くような表現は使用せず、当該資格が国家資格ではない旨を明確に表示すること。

イ 資格講座には、その講座だけで国家資格が取れるかのような紛らわしい表現は使用せず、当該資格取得には、別に国家試験を受ける必要がある旨を明確に表示すること。

- (5) 病院、診療所及び助産所

医療法（昭和25年法律第205号）第6条の5及び第6条の7、関連法令、厚生労働省の告示、同省の医療広告ガイドラインに定める広告規制等の関連規定に反しないものであること。

- (6) 施術所（あん摩マッサージ指圧、はり、きゅう及び柔道整復）

あん摩マッサージ指圧師、はり師、きゅう師等に関する法律（昭和22年法律第217号）第7条又は柔道整復師法（昭和45年法律第19号）第24条の規定により広告できる事項以外の事項が記載されていないこと。

- (7) 薬局、薬店、医薬品、医薬部外品、化粧品及び医療用具（健康器具、コンタクトレンズ等）

業者所在地を所管する行政機関の薬務担当課において広告内容についての了解を得ていること。

- (8) 健康食品、保健機能食品及び特別用途食品

業者所在地を所管する行政機関の薬務担当課、食品担当課及び公正取引委員会において広告内容についての了解を得ていること。

- (9) 介護保険法（平成9年法律第123号）に規定するサービスその他高齢者福祉サービス等

ア サービス全般（介護老人保健施設を除く。）

(ア) 介護保険の保険給付対象となるサービスとその他のサービスを明確に区別し、誤解を招く表現を用いていないこと。

(イ) 広告掲載主体に関する表示が法人名、代表者名、所在地、連絡先、担当者名等に限定されていること。

(ウ) その他のサービスを利用するに当たって、有利であると誤解を招くような表示がされていないこと。

例)「市川市事業受託事業者」等

イ 有料老人ホーム

(ア) 厚生労働省「有料老人ホーム設置運営標準指導指針」(平成14年7月18日老発第0718003号厚生労働省老健局長通知)に規定する事項が遵守されており、同指針別表「有料老人ホームの類型及び表示事項」の各類型の表示事項が全て表示されていること。

(イ) 所管都道府県の指導に基づいたものであること。

(ウ) 公正取引委員会の「有料老人ホーム等に関する不当な表示」(平成16年4月2日公正取引委員会告示第3号)に抵触していないこと。

ウ 有料老人ホーム等の紹介業

(ア) 広告掲載主体に関する表示が法人名、代表者名、所在地、連絡先、担当者名等に限定されていること。

(イ) その他利用に当たって、有利であると誤解を招くような表示がされていないこと。

(10) 不動産事業

ア 不動産事業者の広告の場合は、名称、所在地、電話番号、認可免許証番号等が明記されていること。

イ 不動産売買の広告の場合は、取引様態、物件所在地、面積、建築月日、価格、取引条件の有効期限等が明記されていること。

ウ 賃貸の広告の場合は、取引様態、物件所在地、面積、建築月日、賃料、取引条件の有効期限等が明記されていること。

エ 「不動産の表示に関する公正競争規約」(平成15年1月14日公正取引委員会告示第2号)による表示規制に従っていること。

オ 契約を急がせる表示がされていないこと。

例)「早い者勝ち、残り戸数あとわずか」等

(11) 旅行業

ア 登録番号、所在地及び補償の内容が明記されていること。

イ 不当表示に当たらないものであること。

例) 白夜でない時期の「白夜旅行」、行程にない場所の「写真」の掲載等

(12) 通信販売業

返品等に関する規定が明確に表示されていること。

(13) 雑誌、週刊誌等

ア 適正な品位を保った広告であること。

イ 見出し、写真の性的表現等が青少年保護等の点で適正なものであること及び不快感を与えないものであること。

ウ 犯罪被害者(特に性犯罪や殺人事件の被害者)の人権やプライバシーを不当に侵害するような表現がされていないこと。

エ 犯罪事実の報道の見出しについて、残虐な言葉や人々の関心を強くひくような言

- い回しが使用されておらず、不快の念を与えるものではないこと。
- オ 未成年者、心神喪失者等の犯罪防止に関連した広告の場合は、原則として氏名や写真を表示していないこと。
- カ 公の秩序及び善良な風俗に反する表現のないものであること。
- (14) 映画、興業等
- ア 暴力、賭博、麻薬、売春等の行為を容認するような内容のものでないこと。
- イ 性に関する表現で、扇情的なもの、露骨的なもの及びわいせつなものではないこと。
- ウ その他青少年に悪影響を与えるおそれがないこと。
- エ 年齢制限等、一部規制を受けるものは、その内容が表示されていること。
- (15) 結婚相談所及び交際紹介業
- ア 業界団体に加盟している事業者の広告であること。
- イ 掲載内容が名称、所在地、一般的な事業案内等に限定されていること。
- ウ 個人情報の保護体制を整えている事業者の広告であること（一般財団法人日本情報経済社会推進協会のプライバシーマークを取得していること等）。
- (16) 労働組合等一定の社会的立場と主張を持った組織
- ア 掲載内容が名称、所在地、一般的な事業案内等に限定されていること。
- イ 出版物の広告の場合は、主張の展開や他の団体に対する言及（批判、中傷等）をするものでないこと。
- (17) 募金
- ア 厚生労働大臣又は都道府県知事の許可を受けた募金であること。
- イ 下記の趣旨を明確に表示していること。
「〇〇募金は、〇〇知事の許可を受けた募金活動です。」
- (18) 質屋及びチケット等再販売業
- ア 個々の相場、金額等を表示していないこと。
例)「〇〇〇のバッグ50,000円」、「航空券 東京～福岡15,000円」等
- イ 有利さを誤認させるような表示をしていないこと。
- (19) トランクルームサービスを提供する事業者及び貸収納業者
- ア トランクルームサービスを提供する事業者は、国土交通省の規制に基づく適正業者（マル適マーク付き）であること。
- イ 貸収納業者は、会社名以外に「トランクルーム」の名称を使用していないこと。
また、次のような趣旨を明確に表示していること。
「当社の〇〇は、倉庫業法に基づく“トランクルーム”ではありません。」
- (20) ダイヤルサービス
- ダイヤルQ2その他のダイヤルサービスの内容が第1条に規定する基本方針に適合するものであること。
- (21) 規制業種の企業による規制業種に関連するもの以外の内容の広告
- 第2条で定める規制業種に該当する企業による規制業種に関連するもの以外の内容の広告は、本基準に定められた規制の範囲内のものであること。

(22) その他表示についての注意事項

ア 割引価格を表示する場合は、対象となる元の価格の根拠が明記されていること。

例)「メーカー希望小売価格の30%引き」等

イ 比較広告は、広告の内容が客観的に実証されているものであり、その根拠となる資料が明記されていること。

ウ 無料で参加又は体験ができるものについて、費用がかかる場合にはその旨が明記されていること。

例)「昼食代は実費負担」、「入会金は別途かかります。」等

エ 責任の所在、内容及び目的を明確にすること。

オ 広告主を特定可能な名称が明記されていること。

カ 広告主の所在地と連絡先の両方が明記されていること。

キ 連絡先については、固定電話の番号を明記し、携帯電話やPHSのみを明記したものではないこと。

ク 肖像権及び著作権の無断使用がないかを確認していること。

ケ アルコール飲料については、以下を遵守すること。

(ア) 未成年者の飲酒禁止の文言を明確に表示していること。

例)「お酒は20歳を過ぎてから」等

(イ) 飲酒を誘発するような表現を使用していないこと。

例)「お酒を飲んでいる又は飲もうとしている姿」等

附 則

この基準は、平成31年4月1日から施行する